

No. (3) 平成30年度 地域の美術館・歴史博物館クラスター形成支援事業成果報告書

事業名称	世界の文化交流ハブ・上野を目指した上野「文化の杜」クラスター形成事業		
実行委員会	上野文化の杜新構想実行委員会		
中核館	国立西洋美術館		
	住所	〒110-0007 東京都台東区上野公園7-7	
	TEL	03-3828-5131	FAX 03-3828-5135
	ホームページ	http://www.nmwa.go.jp/jp/index.html	
構成団体	東京国立博物館、国立科学博物館、東京都美術館、東京文化会館、恩賜上野動物園、上野の森美術館、東京藝術大学、台東区、上野観光連盟、東日本旅客鉄道株式会社、学校法人上野学園、京成電鉄株式会社、東京地下鉄株式会社		
事業開始時点の課題分析	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 国内外の来館者・来訪者目線（顧客目線）での必要な情報の発信</li> <li>2. 上野エリアの一体的な魅力を提供する各施設等が連携した取組の拡大</li> <li>3. 集客の増加と滞在時間の増大による上野エリアの活性化</li> </ol>		
事業目的	<p>○短期的（本年度）な取り組み：</p> <p>～ 的確な情報発信や各館が連携した取組による美術館等の抱える課題の解消 ～</p> <p>国立西洋美術館を中核館として、上野エリアの美術館・博物館の連携により、現状の課題に対応した情報発信や各館が連携した取組を実施し、美術館等の抱える課題の解消を図る。</p> <p>○中長期的な取り組み（5年間）：</p> <p>～ 全国の文化芸術の振興に資する「世界の文化交流ハブ・上野」の構築 ～</p> <p>本事業では、国立西洋美術館を中核館とした文化クラスター形成モデル（上野モデル）を構築するが、世界各国から観光客が東京を訪れる2020年の東京オリンピック・パラリンピックをマイルストーンとして、中長期的には、上野エリアに留まらず、上野エリアを拠点とした国内外の観光客等の全国の美術館・博物館への送客、上野モデルの全国展開等により、上野が文化芸術立国の中心として全国の文化芸術の振興に寄与する「世界の文化交流ハブ・上野」の構築を目的とする。</p>		
事業概要	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 美術館、博物館等地域文化施設のアクセシビリティ強化のための環境基盤整備 (館内作品紹介「デジタルギャラリー」の提供)</li> <li>2. 地域文化資源を生かした文化観光融合型プログラム構築 “Ueno Art Walk “ (街歩きコンテンツ、VR活用)</li> <li>3. 上野スタイルプラットフォーム (ポータルサイトで情報提供、デジタルギャラリーとの連携等)</li> </ol>		
区分	<p>(1) 地域の歴史、地域の有形無形の文化財との連携、地域の人材交流</p> <p><input type="checkbox"/>ア 地域の文化財の魅力発信</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>イ 地域の文化財を活用した多様な活動の充実</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ウ 美術館・博物館の情報発信機能の強化</p> <p><input type="checkbox"/>エ 専門人材の育成・確保</p> <p>(2) 地域の文化施設等との連携</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>ア 地域の文化施設との連携による面的・一体的な企画の実施</p> <p><input type="checkbox"/>イ 美術館・歴史博物館クラスター（集積地）としての広報活動</p>		

<p>実施項目 ・ 実施体系</p>	<p>(1) <b>地域の歴史、地域の有形無形の文化財との連携、地域の人材交流</b></p> <p>イ 地域の文化財を活用した多様な活動の充実</p> <p>①文化観光融合型プログラム Ueno Art Walk の提供</p> <p>ウ 美術館・博物館の情報発信機能の強化</p> <p>②美術館・博物館等地域文化施設「デジタルギャラリー」の提供</p> <p>③上野スタイルプラットフォームの提供（プラットフォーム Web サイト）</p> <p>(2) <b>地域の文化施設等との連携</b></p> <p>ア 地域の文化施設との連携による面的・一体的な企画の実施</p> <p>③上野スタイルプラットフォーム提供（マーケティング分析プラットフォーム）</p>
<p>実施後の 成果・効果等</p>	<p>(1) <b>地域の歴史、地域の有形無形の文化財との連携、地域の人材交流</b></p> <p><b>イ 地域の文化財を活用した多様な活動の充実</b></p> <p><b>①文化観光融合型プログラム Ueno Art Walk の提供</b></p> <p>上野文化の杜周辺の持つ歴史的・文化的背景を活かした文化施設、建築物等を巡るモニターツアーを展開。文化施設の見学をツアーの中心に据え置きながら、①テクノロジーの活用（歴史体感ができるVR）、②地元事業者との積極的な連携（地元商店街による食体験、地元事業者によるサイクリング）と組み合わせることで付加価値を高いツアー開発を行い、3つのテーマによるツアーをそれぞれ、日本語版と英語版で合計10のモニターツアーを企画した。</p> <p>1: 歴史VRと世界遺産体験ツアー（3/12：英語×2 3/16：日本語×2）</p> <p>2: 上野の杜サイクリングツアー（3/17：日本語 3/20：英語）</p> <p>3: 東京国立博物館と桜づくしツアー（3/13,14：英語、3/15：日本語×2）</p> <p>これらのツアーを、美術館・博物館の情報発信機能の強化施策として製作した上野スタイルプラットフォーム内で紹介すると同時に、「上野観光連盟のWebサイト」、「WOW! JAPAN」サイトでの告知に加え、本ツアーの内容をまとめた日英版のパンフレットを作成し、上野周辺の宿泊施設の協力を得て各施設で配布し集客を行った。また、VRコンテンツのスムーズなダウンロードを図るため、商店街入り口でWi-Fiサービスを提供。既存の街Wi-Fiとのシームレスな接続、Wi-Fi接続時のリダイレクト画面を上野スタイルプラットフォームWebサイトとし、多くの人が上野地域の情報に触れる機会を創り、3つの本事業のシナジー創出を下支えした。</p> <p>ツアーの実施についてはそれぞれのツアーを予定通り履行、参加者に対して実施したアンケートによると参加者54%がTop boxの「とても満足」と回答、「満足」と合わせたTop 2 boxで96%という回答があり、ツアーコンテンツに対する魅力度、ポテンシャルの高さが確認された。（各ツアーのTop 2 box内訳 歴史VR：95%、サイクリングツアー：100%、桜づくしツアー：95%）</p> <p>一方で有料化に向けてさらに必要と考えられる、価格の妥当性や的確なオペレーションの向上など課題も同時に見えた。</p> <p>また、今回のツアー開発を通じて、施設・ボランティア・ガイドツアー・上野観光連盟・上野のれん会・地元事業者など様々な関係者との連携が構築されたことで、Ueno Art Walkが目指す「新たな人の動き、文化施設と街との回遊・交流の創出」の基盤を築くことができたため、この基盤を有効に活用し、次年度以降において将来の有料化に向けたツアー内容の充実化、Ueno Art Walkのブランド化を図っていく。</p>



図1. ツアーの様様



図2. アンケート結果 (ツアーに対する満足度について)



図3. Wi-Fi SPOT 概観(上野中通り商店街とアメ横商店街の入口近辺)

## ウ 美術館・博物館の情報発信機能の強化

### ②美術館・博物館等地域文化施設「デジタルギャラリー」の提供

中核館である国立西洋美術館の建築や館内作品を案内する「デジタルギャラリー」を構築した。デジタルギャラリーとは、来訪者のスマートフォンやタブレットを活用して文字・画像・音声によって多言語で案内するデジタルコンテンツであり、常設展において館内の審美性を保ちつつ多言語音声によってナビゲーションするサービスは、先進的な取り組みである。初年度となる2018年は国立西洋美術館の20作品と館概要解説、建築解説を4か国語（日英中韓）で作成した。

デジタルギャラリーのコンテンツは、Ueno Art Walkのコンテンツとともに上野スタイルプラットフォームのWebサイトに搭載した（<http://www.artwalk.jp/ueno/index.html>）。つまり本事業の3つの取り組みはシナジーし合い情報発信される設計で構築されており、今後3つの取り組みが益々拡充することにより、更なる波及・連携効果が期待できる。

中核館である国立西洋美術館には、デジタルギャラリーを簡単に閲覧できる貸出用タブレットを30台設置、無料で貸出した。ターゲットをスマートフォンなどを所持しない高齢者とし、大きい文字で簡単に操作できるユーザーインターフェースで開発した。

ギャラリーのデジタル化、およびマーケティング分析プラットフォームの構築により、ギャラリーの閲覧数等のデータを容易に取得・分析できるようになった。展示物の注目度や人気度がリアルタイムに把握できるため、来訪者のニーズに合わせた展示物の選択や展示順の変更など、満足度を高め円滑な鑑賞を支援することが可能となった。



図.4 デジタルギャラリー概要



図.5 デジタルギャラリー貸出用タブレット端末

### ③上野スタイルプラットフォームの提供（プラットフォーム Web サイト）

上野地域の情報を一元的・一体的に発信するプラットフォーム Web サイトを構築、Ueno Art Walk コンテンツ、デジタルギャラリーコンテンツ、および上野地域の博物館・美術館・商業施設等のニュースコンテンツを搭載し、1/31に公開した。

本事業の3つの取り組みはシナジーしあって情報発信される設計で構築されており、今後3つが益々拡充することにより更なる波及、連携効果が期待できる。

Web サイト構築により、サイト来訪者即ち上野地域全体の興味関心層の行動データが取得できるようになった。このデータはマーケティング分析プラットフォーム中核となるデータであり、今後データが蓄積されれば施策のPDCA、広報、イベント企画等のマーケティングに活用できる。

また、次年度以降のプラットフォームをどのように構築するかを検討・検証する要求定義を実施。今後の地方広域展開に向けた道筋を描いた。



図.6 プラットフォーム Web サイト概要

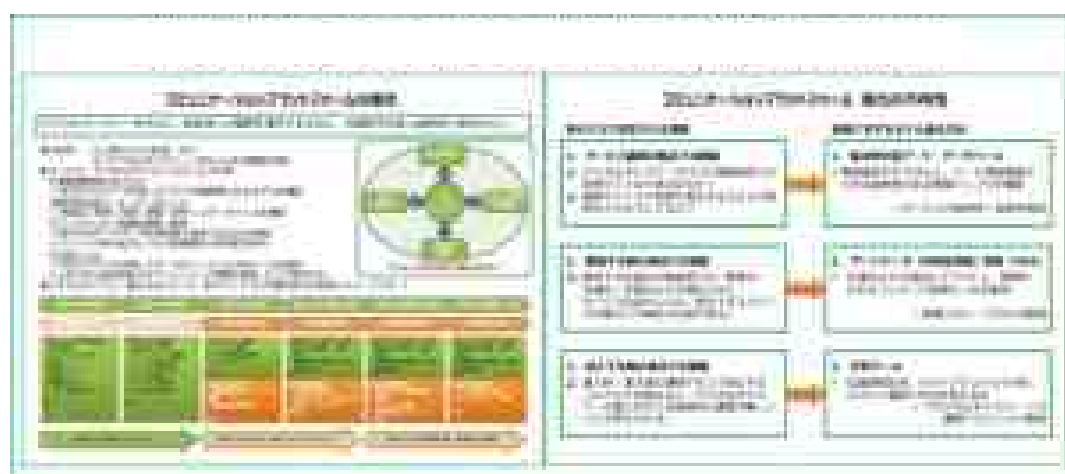


図.7 コミュニケーションプラットフォームの要件定義

## (2) 地域の文化施設等との連携

### ア 地域の文化施設との連携による面的・一体的な企画の実施

#### ③上野スタイルプラットフォーム提供 (マーケティング分析プラットフォーム)

プラットフォームWebサイトの行動データを中心に、ART WALK ツアー申込データ、上野エリア Wi-Fi 接続データ、PR 媒体アクセスデータなど多彩なデータを、BI ツール (ビジネスインテリジェンスツール) により統合しビジュアル化した「マーケティング分析プラットフォーム」を構築。毎日自動更新される指標を関係者全員が確認できるようになり、迅速な分析や意思決定が可能になった。今後データを蓄積することで、施策のPDCA、広報、イベント企画等のマーケティングに活用できるようになる。



図.8 マーケティング分析プラットフォームと行動分析